

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota provinsi. Kota Bandung terletak 140 km dr ibu kota negara Jakarta, dan merupakan kota satelit penopang ibu kota negara dan juga sebagai kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Ibu Kota Jakarta dan Surabaya dari sisi jumlah penduduk.

Kota kembang merupakan sebutan lain untuk kota ini, karena pada zaman dulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon-pohon dan bunga-bunga yang tumbuh di sana. Selain itu Bandung dahulunya disebut juga dengan *Parijs van Java* karena keindahannya karena letaknya yang berada di dataran tinggi memberi hawa sejuk seperti layaknya kota Paris. Tetapi pada saat ini julukan kota kembang itu perlahan mulai sirna ditelan perkembangan jaman. Dimana pepohonan dan bunga-bunga yang indah bertebaran di sisi jalan kini sudah berubah menjadi “Pohon Beton” gedung-gedung perkantoran dan gedung perbelanjaan yang sudah memenuhi lahan hijau di Kota Bandung.

Selain itu kota Bandung juga dikenal sebagai kota belanja, dengan *mall*, *factory outlet*, dan *clothing company* yang banyak tersebar di kota ini. Dan pada tahun 2007, British Council menjadikan kota Bandung sebagai *pilot project* kota terkreatif se-Asia Timur.

Selain memiliki puluhan *factory outlet* yang tersebar di seluruh penjuru daerah, Kota Bandung juga memiliki potensi bisnis kuliner yang sangat beragam. Dari mulai menu masakan nusantara hingga menu kuliner mancanegara, ditawarkan para pelaku usaha untuk memanjakan para pecinta kuliner di daerah Bandung dan sekitarnya. Melihat banyaknya peluang usaha kreatif yang terdapat di daerah Bandung, tidaklah heran bila Kota Bandung menjadi gudangnya para

pebisnis kreatif dan menjadi salah satu daerah di Indonesia yang ikut serta mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat nasional.

Tabel 1.1 Persentase Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia Tahun 2009- 2013

Tahun	Pertumbuhan (%)
2009	5,20
2010	6,63
2011	7,33
2012	8,09
2013 *	5,18

Sumber :Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung *tahun 2013*

Keterangan : * sampai dengan kuartal II tahun 2013

Berdasarkan tabel 1.1 pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 di kuartal II mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi perekonomian, sosial serta politik di Indonesia sangat baik untuk mengembangkan usaha. Persaingan di industri makanan dan minuman di Indonesia cukup ketat dikarenakan adanya inovasi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Salah satu bagian dari industri makanan dan minuman adalah industri jasa boga. Dimana di dalamnya terdapat usaha jasa katering. Bisnis jasa katering pada saat ini sangat diminati oleh banyak orang, karena banyaknya permintaan dari masyarakat yang memerlukan jasa tersebut. Karena pada saat ini kebanyakan orang tidak mau ambil pusing apabila mengadakan suatu acara yang membutuhkan pelayanan makanan dan minuman, dari itulah jasa pelayanan katering kini menjadi salah satu kebutuhan masyarakat metropolitan.

Menurut keanggotaan Asosiasi Pengusaha Jasa Boga Indonesia kota Bandung (APJI), pada tahun 2013 perusahaan penyedia pelayanan katering di kota Bandung berjumlah 127 perusahaan katering. Dengan tidak menutup kemungkinan ini bisa menjadi salah satu peluang usaha yang berdampak pada

meningkatnya pertumbuhan perusahaan yg bergerak di bidang kuliner ini. Meningkatnya perusahaan jasa katering ini juga didorong oleh permintaan pasar yang tinggi akan jasa tersebut. Banyak acara yg perlu menyediakan hidangan baik makanan maupun minuman dengan jumlah porsi yang tidak sedikit, misalnya acara seminar, *gethering*, rapat, acara resepsi pernikahan dan acara keagamaan seperti aqiqah.

Saat ini industri pelayanan katering di kota bandung masih dikuasai oleh katering-katering besar ternama di kota bandung, seperti Destiny Catering, Soewardono Catering, dan lain sebagainya. Ini menunjukkan bahwa daya persaingan di bidang jasa penyedia katering ini sangat ketat dan kuat. Pelayanan yang menuaskan juga menjadi salah satu indikator suatu perusahaan katering untuk bisa bersaing secara sehat. Tapi selain itu banyak juga katering yang mamiliki pelayanan prima dan memberikan citarasa masakan yang terjamin kualitasnya, salah satunya Gama Catering.

Gama Catering didirikan di kota Bandung yang beralamat di Komp. Bumi Panyileukan Blok F 14 No. 8 sejak tahun 1998. Pada awalnya perusahaan ini hanya melayani pesanan nasi dus dan tumpeng saja dengan karyawan keluarga sendiri, seiring berjalannya waktu kini Gama Catering sudah melayani pesanan katering hingga 4000 porsi setiap harinya dengan memperkerjakan 10 karyawan tetap. Perkembangan usaha Gama Catering dari tahu ke tahun mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Tetapi ada kendala-kendala yang bisa menghambat dari operasional perusahaan seperti kenaikan bahan baku dan harga bahan bakar gas yang menjadi barang utama yang harus selalu digunakan.

Tabel 1.2 omzet Gama Catering tahun 2012-2014 (Jan-Jun)

No.	Tahun	Omzet (Rp)
1	2012	567.345.500
2	2013	607.220.750

3	2014 (Jan-Jun)	303.503.000
---	----------------	-------------

Sumber : Gama Catering

Dari data omzet di atas, bisa dilihat bahwa pemasukan setiap tahunnya selalu meningkat cukup baik. Sehingga target untuk tahun 2014 bisa mencapai di angka Rp.700.000.000. Gama Catering juga mempunyai target mengembangkan pemasaran ke kota Bandung secara keseluruhan. Yang dimana pada saat ini Gama Catering hanya fokus di daerah kota Bandung timur dan Kabupaten Bandung. Untuk memenuhi target tersebut pihak Gama Catering harus bekerja keras untuk mencapainya.

Dari beberapa fenomena di atas, untuk mengangkat fenomena tersebut dan menelaah lebih jauh untuk menganalisis berbagai faktor eksternal dan internal perusahaan untuk menemukan strategi promosi yang terbaik bagi Gama Catering dan strategi guna mengatasi melonjaknya harga bahan baku untuk mengembangkan usahanya. Adapun judul skripsi yang diangkat untuk menelitinya **“Analisis Strategi Pengembangan Usaha pada Gama Catering di Kota Bandung”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Apa saja faktor eksternal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi Gama Catering?
2. Apa saja faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi Gama Catering?
3. Alternatif strategi apa yang paling sesuai dengan Gama Catering untuk mengembangkan usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai permasalahan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Menganalisis faktor eksternal yang dilihat dari kelemahan dan kekuatan Gama Catering.
2. Menganalisis faktor internal yang dilihat dari kelemahan dan kekuatan Gama Catering.
3. Mengkaji alternatif strategi yang sesuai untuk perkembangan bisnis usaha dari Gama Catering.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis harapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang ilmu kepariwisataan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat penelitian ini dapat digunakan perusahaan untuk bisa meningkatkan promosi yang dilakukan agar bisa lebih baik untuk kedepannya.